

**Pengaruh Citra Merek Kelompok Referensi Dan Kepercayaan Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo
(Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016)**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2020

**Pengaruh Citra Merek Kelompok Referensi Dan Kepercayaan Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo
(Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Nindya Fenia Nosely

NIM : 16414306

Program Study : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kelompok Referensi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Fakultas Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016).

Nama : Nindya Fenia Nosely

Nim : 16414306

Program Studi : Manajemen

Isi format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 3 Agustus 2020

Pembimbing I

Siti Chamidah, SE, M.Si
NIDN/NIDK.0019057101

Pembimbing II

Sri Hartono, SE, MM
NIDN/NIDK. 0730127102



Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi

Fiti Rapini, SE, MM
NIDN/NIDK. 0005056301

Dosen Penguji :

Penguji I

Siti Chamidah, SE, M.Si
NIDN/NIDK. 0019057101

Penguji II

Drs. Ec, Purwanto, MM
NIDN/NIDK. 8808523419

Penguji III

Dr. Hadi Sumarsono, SE, MM
NIDN/NIDK. 0008057601

RINGKASAN

Penelitian ini Untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek Kelompok Referensi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah memutuskan untuk melakukan pembelian Smartphone Oppo. Dari data yang diperoleh dari kuesiner pengguna smartphone oppo yang berjumlah 56 responden adalah responden pengguna smartphone oppo. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *Sampling Jenuh/Sensus*. *Sampling Jenuh/Sensus* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Kriteria sampel penelitian ini adalah:

- a. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016.
- b. Pengguna Smartphone Oppo Sekaligus Pengambilan Keputusan Pembelian.

Hasil dari penelitian ini yaitu, (1) Variabel X1 (citra merek) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,478. Dengan nilai t hitung sebesar 3.239 lebih besar dari t tabel 2,006 ($3,239 > 2,006$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel citra merek. (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). (2) Variabel X2 (kelompok referensi) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,263. Dengan nilai t hitung sebesar 3,049 lebih besardari t tabel 2,006 ($3,049 > 2,006$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kelompok referensi (X2) terhadap Keputusan Pembelian

(Y). (3) Variabel X3 (kepercayaan merek) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,182. Dengan nilai t hitung sebesar 2,778 lebih besar dari t 2,006 ($2,778 > 2,006$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kepercayaan merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). (4) Variabel citra merek, kelompok referensi, dan kepercayaan merek secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 67,972.



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyetakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya saya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institut Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 3 Agustus 2020



(Nindya Fenia Nosely)
NIM 16414306

MOTTO

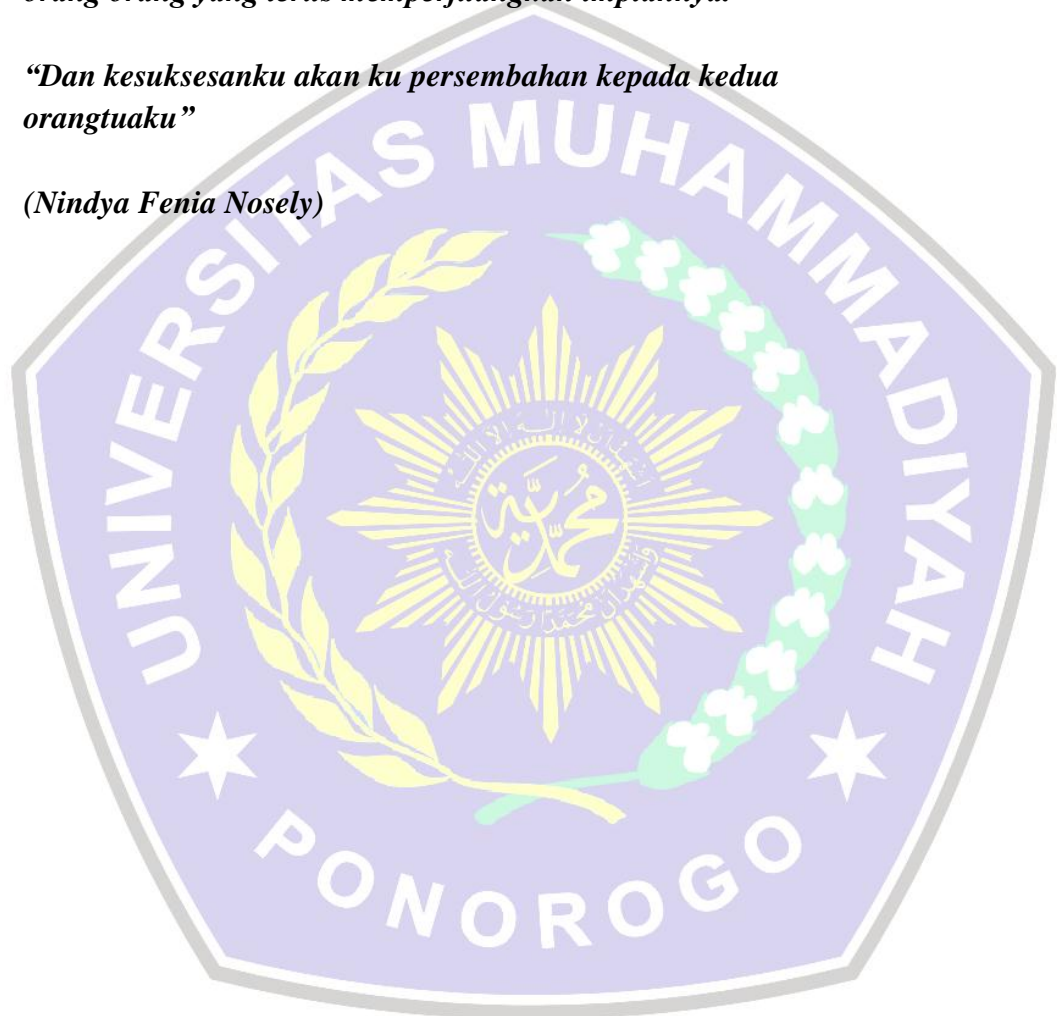
*Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya.
Hiduplah seakan kau akan mati hari ini.*

“Katakan pada semua sukses itu ,milik kita yang mau berusaha dan berjuang.

Sukses itu bukanlah milik orang pintar,sukses itu milik orang orang yang terus memperjuangkan impiannya.”

“Dan kesuksesanku akan ku persembahkan kepada kedua orangtuaku”

(Nindya Fenia Nosely)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'alamin

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Kelompok Referensi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016)”.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Miadi dan Ibu Ani Suwardiani yang sangat saya cintai, yang selalu memberikan saya dukungan dan doa. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan, panjang umur dan dalam perlindungan Allah SWT. Terimakasih Bapak dan Ibu yang sudah membesarkan saya sungguh luar biasa pengorbanamu untuk saya, hingga menghantarkan saya menjadi sarjana.
2. Ibu Siti Chamidah, SE.,MM dan Bapak Sri Hartono, SE.,MM selaku pembimbing. Terimakasih atas kesediaan serta kesabaran yang Bapak dan Ibu berikan pada saya ketika bimbingan, saran dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini. Tanpa Bapak dan Ibu pembimbing saya juga tidak akan dapat seperti ini. Terimakasih.
3. Terimakasih untuk adik adikku Dian, Nanda, Dan Khaila atas motivasi dan juga keceriaannya.

4. Terimakasih untuk Mas Wahyu Saputra yang selalu meyakinkan saya dan semangatnya untuk terus berusaha dan berdoa untuk mencapai tujuan.
5. Terimakasih untuk sahabatku yang saya sayangi Dwi, Dina, Ayuk, Mira, Dan Candra yang selalu memberikan perlindungan, semangat dan motivasi untuk selalu berusaha tegar dalam meghadapi segala hal.
6. Terimakasih untuk teman Mbak Dinda yang sudah menyemangati saya dalam proses penyusunan skripsi ini dan juga terimakasih atas bantuan perlengkapannya.



KATA PENGANTAR

Assalamu‘alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Alhamdulillahirobbil`alamiin, puji syukur peneliti panjatkan kepada Alloh SWT atas rahmat, karunia, serta kemudahan yang telah diberikan-Nya selama proses penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Kelompok Referensi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2016).”** Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa adanya bimbingan, doa, bantuan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto ,M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM; selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra. Umi Farida, MM; selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Ibu Siti Chamidah, SE, M.Si; selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Sri Hartono, SE, MM; selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan di jenjang perguruan tinggi.
7. Kedua orangtua, Bapak dan Ibu yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materiil dan doa untuk peneliti. Besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan mereka.
8. Teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan yang diberikan kepada peneliti.

Wassalamu`alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Halaman Pernyataan Orisinalitas	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel	xvi
Daftar Lampiran	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelittian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Manajemen Pemasaran	12
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2. Pengertian Bauran Pemasaran	13
3. Unsur-unsur Bauran Pemasaran	14
B. Perilaku Konsumen.....	15

1. Pengertian Perilaku Konsumen	15
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
C. Keputusan Pembelian	24
1. Pengertian Keputusan Pembelian	24
2. Peran Seseorang dalam Keputusan Pembelian.....	27
3. Proses Keputusan Pembeli Konsumen	31
D. Citra Merek.....	38
1. Pengertian Citra Merek.....	38
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek	39
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen	41
E. Kelompok Referensi	44
1. Pengertian Kelompok Referensi	44
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kelompok Referensi.....	45
3. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian	47
4. Indikator-indikator Kelompok Referensi	48
F. Kepercayaan Merek	49
1. Pengertian Kepercayaan Merek.....	49
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Merek.....	51
3. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	53
4. Indikator-indikator Kepercayaan Merek	54
G. Penelitian Terdahulu.....	56
H. Kerangka Berfikir	58

I. Model Konseptual Penelitian.....	59
J. Hipotesis	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	64
A. Ruang Lingkup Penelitian	64
B. Jenis Penelitian	64
C. Populasi dan Sampel.....	65
D. Jenis dan Sumber Data	66
E. Tehnik Pengumpulan Data	66
F. Definisi Operasional Variabel	68
G. Analisis Data.....	71
H. Pengujian Instrumen	71
I. Alat Analisis	73
J. Uji Asumsi Klasik	75
K. Pengujian Hipotesis	76
BAB IV PEMBAHASAN.....	79
A. Hasil Penelitian.....	79
1. Sejarah Singkat	79
2. Logo Perusahaan.....	81
3. Visi Dan Misi Oppo Smartphone	81
B. Karakteristik Responden.....	82
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	83

C. Tanggapan Responden	84
1. Citra Merek	84
2. Kelompok Referensi.....	85
3. Kepercayaan Merek	87
4. Keputusan Pembelian.....	88
5. Rata-Rata Variabel X	89
D. Uji Instrumen.....	90
1.Uji Validitas.....	90
2. Uji Reliabilitas	92
E. Uji Asumsi Klasik	93
1.Uji Multikolonieritas	93
2. Uji Normalitas	94
3. Uji Heterokedastisitas.....	95
F. Alat Analisis	97
1. Analisis Regresi Berganda.....	97
2. Koefisien Determinasi	100
G. Uji Hipotesis.....	101
1.Uji T (Parsial)	101
2. Uji F (Simultan).....	105
H. Pembahasan	107
BAB V PENUTUP.....	119
A. Kesimpulan.....	119
B. Saran	120

DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	129



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Data Peringkat Oppo	2
Gambar 2	Model Perilaku Konsumen Sederhana	22
Gambar 3	Model Perilaku Konsumen	23
Gambar 4	Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	32
Gambar 5	Logo Smartphone Oppo	81
Gambar 6	Daerah Penerimaan H_0	103
Gambar 7	Daerah Penerimaan H_0	104
Gambar 8	Daerah Penerimaan H_0	105
Gambar 9	Daerah Penerimaan H_0	107



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Penelitian Terdahulu	56
Tabel 1.	Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 2.	Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Pendidikan	83
Tabel 3.	Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek	84
Tabel 4.	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kelompok Referensi.....	86
Tabel 5.	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan Merek	87
Tabel 6.	Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	88
Tabel 7.	Rata-rata Variabel X.....	89
Tabel 8.	Hasil Uji Validitas.....	90
Tabel 9.	Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel 10.	Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel 11.	Uji Normalitas.....	95
Tabel 12.	Uji Heterokedastisitas.....	96
Tabel 13.	Uji Regresi Berganda	98
Tabel 14.	Uji Koefisien Determinasi.....	100
Tabel 15.	Uji T	102
Tabel 16.	Uji F.....	106



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	130
Lampiran 2 Data Responden	135
Lampiran 3 Output SPSS.....	138
Lampiran 4 Tabel r.....	155
Lampiran 5 Tabel t.....	156
Lampiran 6 Tabel f	157

